

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA
AZCAPOTZALCO**



Sociología urbana
Título: "U.H. San Pablo Xalpa: Un acercamiento a las
alternativas y prácticas de consumo"

Asesor: Dr. Emilio Roberto Duhau López

Nombre: Joana Betzabet Villa Pérez
Matrícula: 207211052

Sinodales: Dra. Priscilla Connolly Dietrichsen
Mtro. José Castro López

Junio de 2011

INDICE

Introducción	5
Capítulo 1. Los conjuntos o unidades habitacionales.	9
1.1. Antecedentes	9
1.2. Características espaciales de las Unidades habitacionales	11
1.3. Los conjuntos habitacionales en la delegación Azcapotzalco	15
Capítulo 2. LA UNIDAD HABITACIONAL SAN PABLO XALPA.....	16
2.1. Ubicación.....	17
2.2. Características socio-demográficas de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa.	21
2.4. De los problemas cotidianos a la organización administrativa.....	27
Capitulo 3. Alternativas y Practicas de consumo entre los habitantes de la Unidad habitacional San Pablo Xalpa	29
3. 1. Un poco acerca de las alternativas a las que se enfrenta el consumidor	30
3. 2. Las alternativas comerciales al interior de la UHSPX.....	31
Improvisar para vender. Mi casa es tu tienda.	31
3. 2. 1 ¿Qué vendes?	35
3. 3. Las practicas de consumo de los habitantes de la UHSPX	43
3.3.1. ¿Qué llevas en el carrito del supermercado?	43
3. 3. 2 De la tienda departamental al tianguis.....	48
3. 3. 3 ¿La salud es primero?	50
3. 3. 4. El entretenimiento. De las telecomunicaciones a la cascarita callejera.	52
Conclusiones.....	56

Introducción

El presente trabajo es una monografía que pretende presentar una descripción de las prácticas y alternativas de consumo que se dan entre los habitantes de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa (UHSPX) (la cual se encuentra ubicada en la delegación Azcapotzalco).

Para dar inicio a este texto es necesario responder a la siguiente pregunta, ¿Qué se entenderá por consumo? La respuesta no es fácil, ya que este concepto ha sido abordado desde varias perspectivas, como la sociológica, la antropológica y la económica. Sin embargo, en este trabajo tomaremos como referentes principales algunas definiciones, que nos permitirán contar con una idea clara al momento de abordar el tema del consumo.

Ortega Villa por ejemplo, nos dice que el consumo es el uso de bienes y servicios, dichos bienes y servicios pueden ser tangibles o intangibles y según sus características y naturaleza, pueden agotarse de inmediato o en el corto, mediano o largo plazo. (Ortega Villa, 2008: 60)

Visto desde una perspectiva económica el consumo es la parte del proceso de producción y reproducción social, en la cual se completa el proceso que se inicia al generar productos, donde se realiza la expansión del capital y se produce la fuerza de trabajo. (García Canclini, 1995:43)

Tomando en cuenta las definiciones precedentes, entenderé aquí por consumo el uso de bienes y servicios, tangibles o intangibles; que puede darse de forma individual o colectiva, a corto, mediano y largo plazo, que no se reduce al simple acto de comprar ya que tiene múltiples significados y que forma parte de la necesidad social de relacionarse con otras personas.

El consumo se encuentra condicionado por las características de los consumidores, tales como edad y género, así como el contexto en el que éstos se desenvuelven. Posee también un carácter simbólico que expresa, entre otras

cosas, las relaciones de clase. Toda elección de consumo contiene una carga socio-cultural. (García Canclini, 1995:43)

En este sentido en las sociedades actuales, se consume para tener bienestar material, psíquico y social. Es decir, el consumo responde por una parte a necesidades personales, como el vestido, alimentación, protección, descanso y recreación; pero también a la satisfacción de demandas sociales, que tienen que ver con el reconocimiento social, que implica consumir ciertas cosas o no consumirlas (Douglas y Isherwood, 1990: 17), ya que, algunas cosas serán adquiridas por el prestigio de la marca, por el precio e incluso por el prestigio social que ocasiona adquirir esa mercancía (Douglas y Isherwood, 1990: 72). Tanto las mercancías como los lugares en los que se adquieren, están dotados de significados que se convierten en un marcador del estatus, el estilo de vida y las prácticas de consumo de un individuo o un grupo.

Las prácticas de consumo en cuanto implican un conjunto de actos que se llevan a cabo en la vida cotidiana para elegir qué, cómo, cuándo y dónde se adquirirán distintos bienes y servicios, están estrechamente relacionadas con la ubicación de la vivienda, el empleo o escuela del consumidor, así como con las alternativas de consumo que se ofrezcan en esas determinadas zonas, y el ingreso con el que se cuenta. Por otro lado, la gente tiende a comprar, por lo regular, lo que ve que sus amigos, conocidos o bien los personajes impuestos por los medios de comunicación masiva¹, usan o disfrutan, lo que crea un sentido de

¹ Actualmente muchas de las necesidades se crean socialmente a través de los medios de comunicación, de modo que cosas que en realidad no necesitamos para vivir se convierten en indispensables. Por otro lado, los bienes y servicios que consumimos nos vinculan con otros miembros de la sociedad, proporcionándonos identidad y estilo de vida. Tal y como se cita a Campbell, en el texto de Ortega Villa:

“En las últimas décadas se ha hecho común que se exprese la visión de que la sociedad contemporánea es una sociedad de consumo, una “cultura del consumidor”. Es decir, una sociedad organizada alrededor del consumo, más que de la producción de bienes y servicios{..} Los miembros de la sociedad consideran que un nivel de alto de consumo es indicador del éxito social y de la felicidad personal, por lo tanto, lo escogen como su más alta meta de vida.”(Campbell, 1995) en (Ortega Villa, 2008: 68).

identidad y de satisfacción social. En este sentido, consumimos no sólo para diferenciarnos, sino para asemejarnos a los que forman parte de nuestro grupo social y con los cuales nos identificamos" (García Canclini, citado en Duhau y Giglia, en prensa: 6)

Como ya se ha mencionado el objetivo de este trabajo es conocer las prácticas de consumo cotidianas así como la oferta comercial que se da dentro y alrededor de la UHXP. Para ello se combinaron técnicas cuantitativas y cualitativas:

1.- En un principio realicé un ejercicio de observación, recorrí la Unidad habitacional y posteriormente la zona; partiendo de este primer acercamiento repetí el ejercicio para localizar la oferta comercial que se encuentra al interior de la Unidad y en zonas cercanas a ésta, con el fin de realizar un inventario de los comercios allí localizados. A continuación clasifiqué y construí una tipología de estos comercios, la cual quedó registrada en una base de datos que sirvió a su vez de base a la elaboración de cartografía.

2.- También recabé información socio-demográfica para sustentar la descripción de la UHSPX, dichos datos fueron obtenidos de los censos y conteos de población realizados por el INEGI para 1990, 1995, 2000 y 2005.

3.- Finalmente realicé algunas entrevistas informales para poder acercarme a los vecinos de la unidad, los cuales me guiaron hacia mis informantes, con los cuáles realicé entrevistas formales. En ellas traté de rastrear cuatro puntos importantes para mi investigación: ¿Qué consumen?, ¿Dónde consumen?, ¿Con qué frecuencia?, ¿Cuáles son las formas de pago? Partiendo de esta información describiré las prácticas de consumo que se dan entre los habitantes de la UHSX.

sociedad consideran que un nivel de alto de consumo es indicador del éxito social y de la felicidad personal, por lo tanto, lo escogen como su más alta meta de vida."(Campbell, 1995) en (Ortega Villa, 2008: 68).

La monografía se divide en 4 capítulos:

En el primer capítulo describiré brevemente el contexto y las condiciones en las que surgen las Unidades Habitacionales, su evolución en el caso de la Ciudad de México y en particular en la delegación Azcapotzalco.

En el segundo capítulo hablaré acerca de la ubicación y equipamiento con los que cuenta la unidad describiré sus características físicas y socio-económicas.

En el tercer capítulo ahondaré en el tema del consumo y describiré la oferta comercial que encontramos dentro de la unidad, de acuerdo con la tipología desarrollada previamente.

En el capítulo cuatro describiré las prácticas de consumo de los habitantes de la unidad, basándome en la información recabada a partir de las entrevistas realizadas.

Finalmente presentaré las conclusiones.

Capítulo 1. Los conjuntos o unidades habitacionales

1.1. Antecedentes

Debido al rápido crecimiento poblacional que experimentó la Ciudad de México a partir de los años cuarenta del siglo pasado, el incremento de la demanda de vivienda se hizo notar. Como respuesta a esta necesidad se optó por una nueva oferta habitacional bajo el nombre de "Conjuntos o unidades habitacionales", la cual consistió en la construcción de vivienda en altura (conjuntos de edificios de departamentos), lo que permitía disminuir el tiempo y costo de construcción de cada vivienda y concentrar la dotación de servicios y equipamientos a sus habitantes.

Los primeros conjuntos habitacionales que se construyeron en la Ciudad de México estaban administrados por los organismos promotores, mientras que aquellos que pertenecían al Banco Nacional de Obras quedaron bajo la responsabilidad de empresas filiales del banco, estas se encargaban de dar mantenimiento y administración, mediante el cobro del entre el 15% y el 20% de las mensualidades que debían pagar los beneficiarios. (Esquivel y Durán, 2006: 143)

En este sentido cabe mencionar que desde sus comienzos los conjuntos habitacionales se vieron relacionados con el concepto de vivienda social y se convirtieron en una herramienta del Estado para la planificación del desarrollo del espacio habitacional urbano, ya que fueron orientados principalmente hacia la demanda de grupos de bajos ingresos. El primer conjunto de este tipo en México fue la Unidad Habitacional Miguel Alemán, construido en la década de los cuarenta

y promovida por el ISSSTE (Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los trabajadores del Estado) (Esquivel y Durán, 2006: 24).

Esta nueva modalidad de vivienda se difundió rápidamente, ya que por su estética y sus peculiares características se convirtió en una importante alternativa habitacional para las ciudades en desarrollo y expansión, como fue el caso de la Ciudad de México en la segunda mitad del siglo XX.

En lo que respecta a los conjuntos habitacionales en la ciudad de México, encontramos tres modalidades principales, que operan bajo esta misma dinámica del valor del suelo, son construidos con determinadas características y bajo ciertos criterios socio- espaciales, como la ubicación de la zona en la que será construido y el tipo de público para el que se construirá.

La primera corresponde principalmente en el caso del Distrito Federal, a los conjuntos destinados a una población con ingresos bajos, muchos de estos destinados por el gobierno capitalino para la reubicación de familias que residían en zonas o asentamientos irregulares.

La segunda se da en su mayoría, a partir de los años setenta, a través de los dos grandes fondos públicos de vivienda (INFONAVIT y FOVISSTE), estos estuvieron destinados a los trabajadores derechohabientes de dichos fondos. (Esquivel y Duran, 2006: 55).

Finalmente, el tercer tipo corresponde principalmente a los conjuntos destinados a las clases medias y media-alta, los cuales fueron financiados a través la banca privada (Duhau y Giglia, 2008: 178).

En los años ochenta se continuo con la construcción de conjuntos habitacionales y es en esos años precisamente que se construye la unidad habitacional en la que realicé mi investigación. Desde mediados de los años ochenta, como resultado del Programa de Renovación Habitacional Popular, las unidades habitacionales disminuyeron su tamaño, y se ubicaron en zonas centrales, sustituyendo así aquellos edificios derrumbados tras el sismo de 1985 (Esquivel y Duran: 2006). Esta reorientación también fue resultado, entre otras cosas, de la disminución de las reservas de suelo de la Ciudad de México.

1.2. Características espaciales de las Unidades habitacionales.

Como ya se ha señalado, en la Ciudad de México la construcción de unidades habitacionales fue una respuesta al problema de vivienda que se presenta a partir de los años cuarenta, así como el resultado de la renovación de zonas céntricas de la ciudad que estaban deterioradas. A partir de la década de los cincuenta se inicia la construcción de grandes conjuntos que responde a la lógica de construir viviendas multifamiliares, en edificios altos, distribuidos en el terreno a manera de dejar una superficie destinada para áreas verdes, locales comerciales y otros equipamientos como guardería, lavandería y enfermería o dispensario.

Resulta complicado describir las unidades habitacionales como respondiendo a una única tipología de vivienda en la Ciudad de México, puesto que existen muchas características que varían de acuerdo a la época en la que fueron construidas. Sin embargo, me parece pertinente utilizar la definición de Duhau, citada por Villavicencio, en la que se plantea que los conjuntos habitacionales generalmente son producidos mediante un diseño arquitectónicamente preconcebido, en los cuales la producción espacial y de vivienda guardan características particulares : *a) son espacios que delimitados o no a través de barreras físicas, se diferencian de los espacios urbanos*

circundantes, puesto que la imagen urbana que proyectan es homogénea en su interior y mantiene rasgos diferentes con respecto a su entorno; b) contienen un número preconcebido e inalterable de viviendas, pero en muchos casos las viviendas experimentan transformaciones físicas y expresiones que dan sentido a las individualidades que encierran a la heterogeneidad de la gente que los ocupa; c) ofrecen una o varias tipologías de vivienda que se repiten para y d) cuentan con espacios colectivos de uso definido. (Duhau et al., 1998: 185).

Los conjuntos habitacionales se suelen clasificar por tamaño según el número de viviendas que comprenden. Así, se suelen considerar como pequeños los conjuntos que tienen entre 40 y 150 viviendas; en el caso del D. F. se caracterizan por tener pocos espacios verdes y en general de uso colectivo y en caso de tenerlos, se trata fundamentalmente de jardines, jardineras, andadores y estacionamientos. Dada la ausencia de equipamientos, sus habitantes realizan la mayor parte de sus actividades cotidianas, como llevar a los niños a la escuela, ir de compras, hacer actividades deportivas o recreativas, fuera del conjunto, en los barrios contiguos a la unidad habitacional. Estas pequeñas unidades también se caracterizan por estar ubicadas en la ciudad central y en áreas intermedias de la ciudad, un tipo de localización que se vincula con el hecho de que en muchas ocasiones estas unidades han sido el resultado de diversos proyectos de renovación de espacios urbanos deteriorados. (Esquivel y Durán, 2006: 68-69)

Esquivel y Durán, consideran como medianos los conjuntos que tienen entre 151 y 600 viviendas. Estos cuentan generalmente con los mismos espacios y equipamientos que los conjuntos pequeños, lo que varía es el tamaño de estas áreas; además en algunas ocasiones también tienen áreas de juego, casetas de vigilancia y cierta dotación de mobiliario urbano. (Esquivel y Durán, 2006: 68 y 70).

De acuerdo con las mismas autoras, los conjuntos grandes tienen entre 601 y 1,300 viviendas, se caracterizan por jugar el papel de pequeños centros urbanos, los cuales además de contar con los espacios y equipamientos antes mencionados, también tienen áreas deportivas, vialidades internas, explanadas, y diversos equipamientos: guarderías, dispensario médico, locales comerciales. Sin embargo, estos equipamientos no siempre se encuentran abiertos, ya que por seguridad en ocasiones se requieren cercas o bardas para cerrar el conjunto. (Esquivel y Durán, 2006: 68 y 70)

Por último, según Esquivel y Durán las unidades muy grandes albergan más de 1,300 o más viviendas y pueden llegar a corresponder a toda una AGEB y tener una población equivalente a la de una colonia completa. Además de todos los espacios antes mencionados, estos conjuntos cuentan con equipamientos especializados: escuelas primarias y secundarias, cines, oficinas, locales comerciales que funcionan como pequeños centros comerciales e infraestructura para transporte. La mayoría de estos conjuntos fueron producidos en las décadas de 1960 y 1970. (Esquivel y Durán, 2006: 69 y 71)

Por otra parte los conjuntos habitacionales conjugan la propiedad privada de la vivienda y la propiedad colectiva de las áreas de uso social; ahora bien el concepto de unidad habitacional es muy similar al utilizado para conjunto habitacional, este se refiere primordialmente a los conjuntos más grandes, y que concentran vivienda unifamiliar y multifamiliar, y en departamento. Por lo que en este estudio utilizaremos ambos términos para referirnos a lo mismo.

Es importante mencionar que transcurridos algunos años después de su construcción y ocupación, las unidades habitacionales suelen comenzaron a enfrentarse a una serie de problemáticas que aunque no nos compete analizar en este estudio, si se vieron reflejadas durante el proceso de entrevistar a los

habitantes de la Unidad San Pablo Xalpa. Dichos problemas están relacionados con el deterioro de los inmuebles y de las áreas comunes, la falta de iluminación y la inseguridad.

Imagen 1. La unidad habitacional San pablo Xalpa



Fuente: Joana Villa, (10/ 11/10)

1.3. Los conjuntos habitacionales en la delegación Azcapotzalco

La ciudad de México se divide en dieciséis delegaciones, una de ellas es Azcapotzalco, la cual se ubica al noreste del Distrito Federal y colinda con las delegaciones Gustavo A. Madero al este, Miguel Hidalgo al Sur, Cuauhtémoc al sur-oriental y el municipio de Tlalne-pantla Estado de México, al norte. (Imagen 2).

Imagen 2. Mapa de Azcapotzalco.



Fuente: Google Maps.

La delegación Azcapotzalco se conformó con sus límites y superficie actuales en el año de 1971 (Programa Delegacional de Desarrollo Urbano de Azcapotzalco 1995-2000), como resultado de la modificación de la estructura administrativa del Distrito Federal. Cuenta con una superficie de 34.51 Km y una población censal en 2005 de 425,298 habitantes. Azcapotzalco formó parte del proceso de industrialización que se vivió a partir de los años cuarenta del siglo pasado, lo que trajo consigo un rápido incremento en el número de habitantes. Previamente, la delegación basaba su economía fundamentalmente en la agricultura, sin embargo, durante los años cuarenta la Ciudad de México vivió un fuerte proceso de industrialización, el cual trajo consigo un acelerado flujo de migrantes del campo a la ciudad y como resultado de este fenómeno se crearon nuevas necesidades que la población debía cubrir; una de ellas fue desde luego la de vivienda, a la que el gobierno respondió mediante la producción de conjuntos habitacionales.²

² El programa delegacional de desarrollo Urbano de Azcapotzalco define los conjuntos habitacionales como un grupo de viviendas planificado y dispuesto en forma integral; esto es, con la dotación e instalación necesarias y adecuadas en relación con la población que

"Con el despegue del proceso de industrialización de la Villa, esta se convertirá, a partir de los años cincuenta del siglo pasado, en el lugar donde se concentran los servicios públicos y las funciones administrativas para todo el territorio de la actual delegación Azcapotzalco." (Duhau y Giglia, 2008: 200)

Después de los años cincuenta se crean varias colonias habitadas por obreros dentro de esta delegación, en esta época es cuando se conforma la mayor parte de la traza actual de Azcapotzalco. Por otro lado, actualmente se localizan en Azcapotzalco 21 conjuntos habitacionales que representan el 2.4% del total de los conjuntos del Distrito Federal. (Esquivel y Durán, 2006: 74)

En los años ochenta se siguieron construyendo unidades habitacionales, pero a diferencia de los construidos previamente, son de tamaño reducido y estuvieron destinados principalmente a trabajadores de ingreso medio. Es bajo esta lógica que surge la Unidad habitacional San Pablo Xalpa, de la cual hablaré en el siguiente capítulo.

Capítulo 2. LA UNIDAD HABITACIONAL SAN PABLO XALPA

lo habitará, de los servicios urbanos: vialidad, infraestructura, espacios verdes o abiertos, educación, comercio y servicios en general. (Programa de Delegacional de Desarrollo Urbano de Azcapotzalco 1995-2000).

2.1.- Ubicación

La unidad habitacional San Pablo Xalpa se encuentra ubicada al norte de la delegación Azcapotzalco, entre el Eje 5 Norte y la Av. Deportivo Reynosa Tamaulipas; frente a ella se ubican la Universidad Autónoma Metropolitana y el deportivo Reynosa Tamaulipas; a los costados un par de gasolineras; y por la parte de atrás la fábrica Bimbo. La unidad abarca un Área Geoestadística básica³ completa, la cual tiene la clave 190020001947. La UHSPX representa el 1.24% de la población total de la delegación Azcapotzalco.

La unidad San Pablo Xalpa fue construida a principios de los años ochenta, (1982) con financiamiento del INFONAVIT, para dar vivienda a trabajadores de varias empresas de la zona industrial de Vallejo. Durante el proceso de investigación de campo, logré contactar a algunas personas que se vieron beneficiadas por este financiamiento y de esta forma adquirieron un departamento en esta unidad habitacional, hace aproximadamente 27 años.

Esta Unidad Habitacional tiene una superficie de 1.6 Km², comprende ocho secciones y cada sección cuenta con su propia entrada y está separada de las demás secciones por una barda. La unidad comprende en total 144 edificios con 10 departamentos cada uno. Los departamentos miden aproximadamente 54 m², constan de dos o tres habitaciones, una azotehuela, un baño completo y una pequeña cocina, y los de la planta baja tienen además patio trasero. Siguiendo los

3

AGEB: Son unidades estadísticas de pequeña escala, son definidas por el INEGI (Instituto Nacionales de Geografía, Estadística e Informática) y utilizados como dispositivo para levantamientos censales a partir del Censo de Población y vivienda de 1990 y 2000. (Duhau y Giglia, 2008: 169).

criterios aplicados por Esquivel y Durán, la UHSPX es una unidad grande, ya que comprende 1,291 departamentos. A pesar de ello no cuenta con el equipamiento necesario para cubrir satisfactoriamente las necesidades de sus habitantes, es decir, canchas deportivas, áreas de juego para niños, jardines, mobiliario urbano, tiendas, explanadas y equipamiento de salud y educación, oficinas , etc.

Cada sección de la Unidad cuenta con un estacionamiento compartido por todos los habitantes, lo que se convierte en la causa de muchos conflictos. Las áreas verdes o jardines, al igual que las áreas de juegos infantiles se encuentran deteriorados, no cuenta con dispensario, las tiendas que hay en la unidad son pequeños comercios informales (en su mayoría se ubican dentro de los espacios destinados a la vivienda). Sin embargo, cuenta con equipamiento educativo - jardín de niños, primaria y secundaria -, así como con casetas de vigilancia ubicadas en la entrada de cada sección, las cuales regulan la entrada a la Unidad habitacional; el funcionamiento de estas casetas se administra de acuerdo a la organización de los vecinos de cada sección.

Como ya se señaló, cada sección se encuentra separada de las restantes por un muro, lo que dificulta el contacto entre los habitantes de la Unidad. Por otra parte, al realizar la entrevistas, pude apreciar que los habitantes de cada sección crean lazos de pertenencia y diferenciación respecto de otras secciones; para ellos no es lo mismo vivir en la primera sección cuya fama es negativa, por su visible deterioro y problemas de delincuencia, que vivir en la sexta sección, en la cual se aprecia la organización entre los vecinos para el mantenimiento y limpieza del espacio colectivo.

La manera en la que han sido transformadas las áreas de uso común también es un fenómeno importante, ya que al interior de la Unidad habitacional encontraremos espacios que originalmente fueron destinados para estacionamiento o áreas verdes y que en la actualidad funcionan como áreas para el comercio informal, lo mismo que la transformación de algunas viviendas.

en las que se han adaptado espacios para tiendas de abarrotes, papelerías, verdulerías y demás comercios a los que haré referencia más adelante.

En este sentido cuando hablamos del equipamiento comercial en la unidad habitacional, podemos decir que cuenta con algunas tiendas informales, ubicadas dentro de las viviendas y estacionamientos, algunos puestos fijos, y un tianguis dominical, que se coloca sobre el Eje 5 Norte (a un costado de la UAM).

Actualmente muchos de los departamentos de esta unidad se encuentran en renta, algunos son rentados a través de compañías de bienes raíces y otros mediante trato directo con los dueños de los departamentos. La ubicación tan cercana a la UAM aumenta el valor de las rentas de los departamentos, las cuales alcanzan entre \$3000 y \$4000 pesos mensuales, siendo el costo de los servicios cubierto por los inquilinos. Por otra parte el INFONAVIT se encarga de canalizar las deudas y traspasos de departamentos de la unidad.

Imagen 3. Interior de la Unidad Habitacional San pablo Xalpa



Fuente: Joana Villa. (10/ 11/10)

2.2. Características socio-demográficas de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa.

Una revisión de los datos proporcionados por el INEGI a nivel de áreas geoestadísticas básicas, para los años 1990, 1995, 2000 y 2005, permite caracterizar los cambios que ha tenido la población de la UHSPX durante el período 1990-2005. Durante los primeros años (1990-1995) se observa un incremento poblacional de 37.4 % (Tabla 1). Posteriormente podemos observar que la dinámica cambia y por el contrario la población disminuye 8.2% para el periodo 1995-2000; esta tendencia a la disminución de la población se mantiene para el periodo 2000-2005, lo que puede estar vinculado al deterioro que ha sufrido la unidad en los últimos años.

Tabla 1. Dinámica poblacional en la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa; 1990, 1995, 2000 y 2005

1990		1995		2000		2005	
H	M	H	M	H	M	H	M
49.8	50.2	49.8	50.2	49.7	50.3	48.9	51.1

Fuente: Elaboración propia en base al INEGI. XI y XII Censo de Población y Vivienda; I y II Conteo de población y Vivienda.

Para el año de 1990 encontramos que sólo 795 de las 1291 viviendas que comprende la unidad habitacional se encontraban habitadas, mientras que para 1995 estaba habitada la gran mayoría (1265) y el conteo de 2005 registró que todas las viviendas estaban ocupadas (Tabla 2). Esto se debe a que fue al final de la década de los ochenta cuando se entregaron las primeras viviendas

Tabla 2. Viviendas habitadas en la Unidad habitacional San Pablo Xalpa en 1990, 1995, 2000 y 2005.

ABS	ABS	Diferencia (%)	ABS	Diferencia (%)	ABS	Diferencia (%)	Diferencia (%)
1990	1995	1990-1995	2000	1995-2000	2005	2000-2005	1990-2005
795	1342	40.8	1265	-5.7	1291	2.0	38.4

Fuente: Elaboración propia en base al INEGI. XI y XII Censo de Población y Vivienda; I y II Conteo de población y Vivienda

Tabla 3. Distribución por porcentaje según sexo de los habitantes de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa.

1990		1995		2000		2005	
H	M	H	M	H	M	H	M
49.8	50.2	49.8	50.2	49.7	50.3	48.9	51.1

Fuente: Elaboración propia en base al INEGI. XI y XII Censo de Población y Vivienda; I y II Conteo de población y Vivienda.

En cuanto a la distribución de la población por sexo, al principio del periodo considerado la relación entre hombres y mujeres era prácticamente de uno a uno y ya al final del mismo se observa una diferencia de dos puntos porcentuales a favor de las mujeres, es decir una distribución más cercana a la del Distrito Federal, pero que denota todavía que se trata de una población joven en promedio (Tabla 3).

Tabla 4. Tabla de comparación porcentual por edad de los habitantes de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa.

RANGO	1990		1995		2000		2005	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
0 a 5	571	14.4	707	11.2	703	12.1	387	7.3
6 a 14	1041	26.2	1459	23.0	1052	18.1	672	12.8
15 a 64	2331	58.7	4116	64.9	3988	68.5	4073	77.3
65 y +	28	0.7	57	0.9	75	1.3	138	2.6
TOTAL	3971	100	6339	100	5818	100	5270	100

Fuente: Elaboración propia en base al INEGI. XI y XII Censo de Población y Vivienda, I y II Conteo de Población y Vivienda

En lo que respecta a la distribución por rangos de edades (Tabla 4), en 1990, 58% de la población se encontraba en el rango de entre los 15 y los 64 años, pero 15 años después ese amplio rango, que comprende desde adolescentes hasta personas de 64 años, edad que suele ser definida como límite de la etapa activa, comprendía ya 77.3 % de la población total. Es decir, se trataba ya de una población concentrada en las edades correspondientes a adolescentes y jóvenes en edad de estudiar y adultos en edad de trabajar. Al mismo tiempo, se observa

todavía para 2005 una muy reducida participación de los adultos de 65 años y más.

Por otra parte, debemos considerar que, si por un lado la población de la UHSPX aumentó rápidamente entre 1990 y 1995, pasando de 3971 a 6639 habitantes, por otro, registra reducciones sucesivas en 2000 y 2005, lo que probablemente obedece al deterioro de la infraestructura de la unidad y a los problemas de gestión y de inseguridad ya mencionados.

En cuanto a la distribución por sexo de los jefes de hogar, podemos destacar que para el año 2000 el 84% de los hogares tenían jefe masculino, mientras que para 2005 esta proporción disminuyó a 79.6%, en tanto que el porcentaje de jefaturas femeninas aumentó del 15.1% al 20.4%, lo que por una parte puede estar relacionado con el envejecimiento de la población, pero por otra también puede indicar la separación de parejas jóvenes o la llegada de nuevos hogares a la unidad habitacional, cuya composición no implique familias nucleares u hogares conformados por personas con lazos sanguíneos (Tabla 5).

Tabla 5. Porcentaje de las jefaturas de hogar según en la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa

2000		2005	
H	M	H	M
84.9	15.1	79.6	20.4

Fuente: Elaboración propia en base al INEGI XI y XII Censo de Población y Vivienda.

Al tratarse de un conjunto habitacional de interés social, es de esperarse que la población que lo habita pertenezca a los estratos de ingreso medio-bajo o bajo y, de igual forma, que la población económicamente activa cuente con un empleo que le permita acceder a la seguridad social. En la tabla 6 podemos apreciar que

para los años 2000 y 2005 (Esta pregunta sólo se aplicó en el cuestionario de INEGI en estos dos periodos), más del 60% de la población de la unidad habitacional, cuenta con servicio de salud pública. sin embargo, casi una tercera parte de la población no cuenta con este servicio, es decir que en principio esta última porción no cuenta con un empleo formal o una pensión.

Tabla 6. Distribución según acceso a servicios de salud de los habitantes de Unidad habitacional San pablo Xalpa (%)

2000				2005					
IMSS	SIN DERECHO	Nd.	TOTAL	IMSS	SIN SEGURO	ISSSTE	SIN DERECHO	Nd.	TOTAL
61.9	27.6	10.5	100	63.0	1.5	4.9	24.1	6.5	100

Fuente: Elaboración propia en base al INEGI XI y XII Censo de Población y Vivienda

Ahora bien, conocer el nivel de escolaridad con el que cuenta la población estudiada, es muy importante, ya que nos permite tener una idea más clara de la situación en la que se encuentran los habitantes de la zona de estudio. Por otra parte, la situación escolar está muy relacionada con la calidad de vida e ingresos de la población, en este sentido la relación entre edad y nivel educativo también nos permite conocer las necesidades de la población residente en la unidad.

Tabla 7. Porcentaje de población de 15 años y más con educación secundaria completa

1990	2000	2005
11.1	17.3	10.8

Fuente: Elaboración propia en base al INEGI. XI y XII Censo de Población y Vivienda; II Censo de población y Vivienda

El decrecimiento del nivel de escolaridad podría verse reflejado en el comportamiento de los jóvenes de la unidad. A través de la observación directa y la aplicación de entrevistas a profundidad, encontré que en algunos casos los jóvenes de la unidad habitacional pasan buena parte del día jugando futbol en el

estacionamiento y por las noches se reúnen en las entradas de las diferentes secciones para platicar o en algunos casos para ingerir bebidas alcohólicas.

Ahora bien, en la siguiente tabla que corresponde a los años 2000 y 2005, encontramos que para el primero, sólo 12.8% de los hogares tenían computadora en casa, mientras que para el período siguiente se incrementó a 38.3%, lo que puede deberse a la expansión tecnológica que se ha vivido a partir del año 2000 en la Ciudad de México. Sin embargo, esto también puede estar relacionado con la dinámica que se da dentro de la unidad, en el sentido de la función que cumple el tener viviendas ocupadas por estudiantes universitarios. Sería interesante tener cifras acerca del porcentaje de estudiantes que habitan esta unidad, sin embargo no hay datos al respecto.

Tabla 8. Porcentaje de viviendas que disponen de computadora.

2000	2005
12.8	38.3

Fuente: Elaboración propia en base al INEGI. XI y XII Censo de Población y Vivienda.

En cuanto a servicios públicos, como agua entubada y energía eléctrica, pues al tratarse de en conjunto habitacional promovido por instituciones sociales, todas su viviendas disponen tanto de conexión a drenaje como de agua entubada y energía eléctrica.

2.3. La vida al interior de la unidad. El uso de las áreas colectivas de día y de noche

Este apartado es resultado del trabajo de campo realizado en los meses anteriores y durante el proceso de aplicar las entrevistas, la idea es plasmar las impresiones que tienen los vecinos actualmente acerca de la unidad habitacional. Cabe mencionar que llevo viviendo en la misma aproximadamente un año, por lo

que todos los aportes de los vecinos me resultaron interesantes para poder comprender y conocer un poco acerca de la dinámica que se vive al interior, no sólo en el tema que nos compete, es decir las prácticas de consumo.

El incluir este apartado dentro de esta investigación me parece pertinente para poder contextualizar el análisis en relación con la sociabilidad y la vida cotidiana dentro de la unidad, ya que en este tipo de viviendas gran parte de las actividades cotidianas se llevan a cabo en los espacios de uso colectivo, espacios que son fundamentales para la calidad de vida de los habitantes del conjunto habitacional.

Los habitantes usan y se apropian de las aéreas colectivas, sin embargo esto tiene que ver con el tamaño de ellas y con el tamaño de las viviendas, así como con la edad de los habitantes y el tiempo disponible para ocuparlas. De igual forma, la dinámica de utilización de los espacios colectivos tiende a cambiar de acuerdo con el horario. Por ejemplo, algunas de las actividades que realizan los habitantes de esta unidad habitacional en relación al horario son las siguientes. Por la mañana las áreas de uso común se encuentran despejadas, el estacionamiento es quizá el área más utilizada entre las seis y las 10 de la mañana; al medio día algunas áreas son ocupadas por jóvenes que se reúnen a jugar fútbol o escuchar música; entre las tres y las cinco de la tarde estas áreas permanecen casi vacías, lo que podría deberse a que es la hora en la que las familias se reúnen a comer. Posteriormente, entre las cinco y las siete de la tarde, las áreas de uso colectivo registran una mayor presencia de habitantes, niños que salen a jugar, jóvenes que se reúnen de nuevo a escuchar música, vecinos que salen a pasear a la mascota o bien pequeños puestos móviles que desempeñan el papel de dulcerías.

A este respecto, esta unidad se enfrenta a problemáticas que suelen ser propias de su tamaño, puesto que al llegar la noche, las áreas de uso colectivo dejan de ser lugares agradables, ya que se ven invadidas por jóvenes en su

mayoría, tanto habitantes como externos, que ingieren alcohol y en algunos casos drogas, lo que crea una sensación de inseguridad para el resto de los habitantes del conjunto.

Pues ahora sí que la falta de interés, veo que no les interesa que se vea bien la unidad (...) Por ejemplo, la entrada del fondo esta mucho mas organizada (...) Aqui no, aqui desgraciadamente meten vigilancia y todo lo ven mal, este aquí, por decir... hasta las misma mamás apoyan a los marihuanitos. Y no... no se sale adelante aquí, está muy difícil, está muy difícil. (Maura, 39 años)

En la sección en que yo vivo, los vecinos están más organizados, en todo, en todo y desde que entras esta la vigilancia (...) Está limpio y o sea si nadie se mete con nadie no vez las bolitas como aquí, los marihuanos, ni borrachos, nada, nada, nada, o sea, es muy diferente. (Sandra, 39 años, vendedora ambulante)

Por su parte los adultos, principalmente las mujeres, utilizan estas áreas básicamente mientras cuidan a los niños que juegan en ellas; cabe señalar que las áreas de juegos infantiles se encuentran prácticamente destruidas. Los adultos del género masculino, utilizan con menor frecuencia estas áreas ya que debido a sus actividades tienen menos presencia en la unidad.

Soy comerciante (...) Vendo ropa, aretes (...) En el rastro de ferrería (...) Siete días de lunes a domingo, de seis y media de la mañana a seis de la tarde.

2. 4. De los problemas cotidianos a la organización administrativa.

Al interior de los conjuntos habitacionales se tejen redes sociales importantes, de igual forma se crean lazos de solidaridad, algunas de los cuales son resultado de compartir el uso de áreas colectivas y repercuten en la construcción de la identidad y la pertenencia con el lugar de residencia. También se construyen relaciones entre los vecinos a partir de la necesidad de enfrentar problemas colectivos. En este sentido, los habitantes se ven impulsados a organizar el funcionamiento general del conjunto habitacional y buscar la mejora de los espacios colectivos, que como ya mencioné, son espacios determinantes para la calidad de vida.

Según la Ley de Propiedad en Condominio de Inmuebles para el Distrito Federal, los conjuntos habitacionales deben tener una administración regida por la escritura constitutiva, dicha administración debe establecer las condiciones para la organización y el funcionamiento del conjunto habitacional (Ley de Propiedad en Condominio e Inmuebles del Distrito federal, 2003, artículo, 31).

En este caso, encontramos a través de las entrevistas con algunos habitantes de diferentes secciones de la unidad habitacional, que cada sección se organiza de manera independiente de las demás; por ejemplo, cada sección se encarga de administrar su caseta de vigilancia y algunas de las secciones no cuentan con un vigilante que controle la entrada y salida de personas externas a la unidad. Por otra parte, el mantenimiento de las áreas verdes también depende de los habitantes, por lo tanto algunas secciones de la unidad tienen pequeños jardines en buen estado mientras que otras tienen jardines muy deteriorados.

En este sentido nos dicen Esquivel y Durán que es indiscutible la importancia que tienen el interés y la voluntad de los habitantes para involucrarse en cuestiones que involucran al colectivo, es decir que exista una "cultura condominal". Esto se refiere a todo aquello que contribuya a generar acciones y actitudes para una convivencia sana, basada en el respeto y la tolerancia; responsabilidad y cumplimiento; participación y corresponsabilidad, así como, solidaridad y aceptación entre los habitantes del conjunto habitacional. (Esquivel y Durán, 2006: 123)

En el conjunto analizado varios de los entrevistados mencionaron los problemas a los que se han enfrentado colectivamente en los últimos años, los que en su mayoría se refieren a la falta de iluminación, equipamiento y deterioro de las instalaciones hidráulicas como bombas, tubería, entre otras y deterioro en las instalaciones eléctricas.

Según el proyecto es mejorar la unidad que haya más alumbrado, si te das cuenta (el entrevistador observa los edificios deteriorados) si te das cuenta (...) Ahorita no hay mucho alumbrado en esta unidad, según las votaciones que fueron pues para mejorar el buen... (...) La vivienda de la unidad ya está muy caída, si te das cuenta ya hay muchos árboles que no han sido podados, (...) No hay alumbrado, los edificios ya tienen mal aspecto, la pintura ya es muy vieja, ya tiene como cinco años que pintaron yo creo, después de las votaciones que fueron en octubre es para mejorar todo eso y aparte (...) es mucho descontrol aquí en la unidad. (Sandra, 39 años, vendedora ambulante)

Para enfrentarse a este tipo de problemáticas los habitantes deben organizarse y auto administrar el conjunto habitacional o bien contratar servicios de administración y pagar por ellos. Sin embargo, debido a la situación económica de los habitantes, es difícil poder cubrir las cuotas que se requieren para el mantenimiento.

Capítulo 3. Alternativas y Practicas de consumo entre los habitantes de la Unidad habitacional San Pablo Xalpa

En éste capítulo se busca describir la oferta comercial al interior de la UHSPX, partiendo de la siguiente premisa: la unidad carece de equipamiento comercial, debido a que así fue diseñada, es decir, sin espacios cuya función fuera el abastecimiento de bienes y servicios para sus habitantes, creando así la necesidad de resolver este problema a partir de la creatividad y presupuesto que los propios habitantes tuvieran; de esta manera la gestión y organización de los espacios, ha corrido por cuenta de su habitantes.

Posteriormente se realizará una descripción acerca de las prácticas de consumo, tratando de rastrear cuatro puntos importantes para ésta investigación: ¿Qué consumen?, ¿Dónde consumen?, ¿Con qué frecuencia?, ¿Cuáles son las formas de pago? Para conseguir este objetivo, se realizaron diez entrevistas en profundidad entre los habitantes de la UHSPX. A pesar de no tratarse de una

muestra representativa, las entrevistas resultan de gran utilidad al tratar de comprender la dinámica de dichas prácticas.

Notas acerca de las alternativas a las que se enfrenta el consumidor. Dejar de consumir no es una opción

En el caso de la Ciudad de México, a partir de los años ochenta del siglo pasado encontramos una fuerte transformación en las modalidades adoptadas por el comercio y los servicios⁴, lo cual ha impactado en las prácticas de consumo, de los capitalinos. Las grandes cadenas y centros comerciales, por ejemplo, se han convertido en una de las alternativas más comunes no solo para realizar todo tipo de compras, también se han convertido en espacios sociales, de uso recreativo (cumpliendo la función que antes desempeñaba el centro de la ciudad o la plaza del pueblo, como espacio de esparcimiento e intercambio mercantil).

Estas alternativas de consumo⁵ resultan atractivas para todo tipo de público, puesto que ofrecen una amplia gama de productos nacionales e internacionales, así como productos populares y exclusivos, ofrecen precios más baratos en la mayoría de los productos, así como distintas opciones de pago, como tarjetas departamentales (es decir tarjetas promovidas y proporcionadas por la misma cadena); tarjetas de débito y crédito bancarias; y vales de despensa.

Las modalidades de pago se diseñan para cada tipo de consumidores y de esta manera se ofrecen unas u otras. Sin embargo, a diferencia de los pequeños comercios de proximidad, éstas no ofrecen la venta de productos por menudeo o a granel, (por ejemplo, en las tiendas de la esquina el comprador puede adquirir

⁴ Por ejemplo la construcción de Plaza Universidad, que es la primera plaza comercial de su tipo en la Ciudad de México.

⁵ Las alternativas de consumo se entenderán como aquellos espacios en los que se ofrecen diversos bienes o servicios, para la satisfacción de necesidades, tanto personales como sociales, los cuales pueden ser adquiridos de manera simbólica o monetaria

algunos productos por pieza, como el papel de baño, por ejemplo, mientras que en las grandes cadenas, esto no es posible, ya que la venta de la mayoría de sus productos se da por paquete cerrado).

Ahora bien, podemos clasificar las alternativas de consumo considerando dos grandes grupos: comercio tradicional⁶ y moderno⁷. De igual forma, podemos clasificarlas de acuerdo a su distancia respecto de la zona de estudio; aquellos comercios que se encuentran dentro de la unidad serán considerados aquí como comercio de proximidad y serán abordados como alternativas comerciales al interior de la zona de estudio, mientras que, aquellos comercios externos a la unidad serán considerados como alternativas externas.

3. 2. Las alternativas comerciales al interior de la UHSPX. Improvisar para vender. Mi casa es tu tienda

En este apartado se abordará el tema de la oferta comercial que existe dentro de la unidad habitacional, ya que como bien se ha mencionado previamente, la unidad se encuentra ubicada en una zona industrial y entre los límites de D.F y el Estado de México y carece de ciertos equipamientos y servicios al interior, lo que dificulta el desarrollo de las actividades cotidianas.

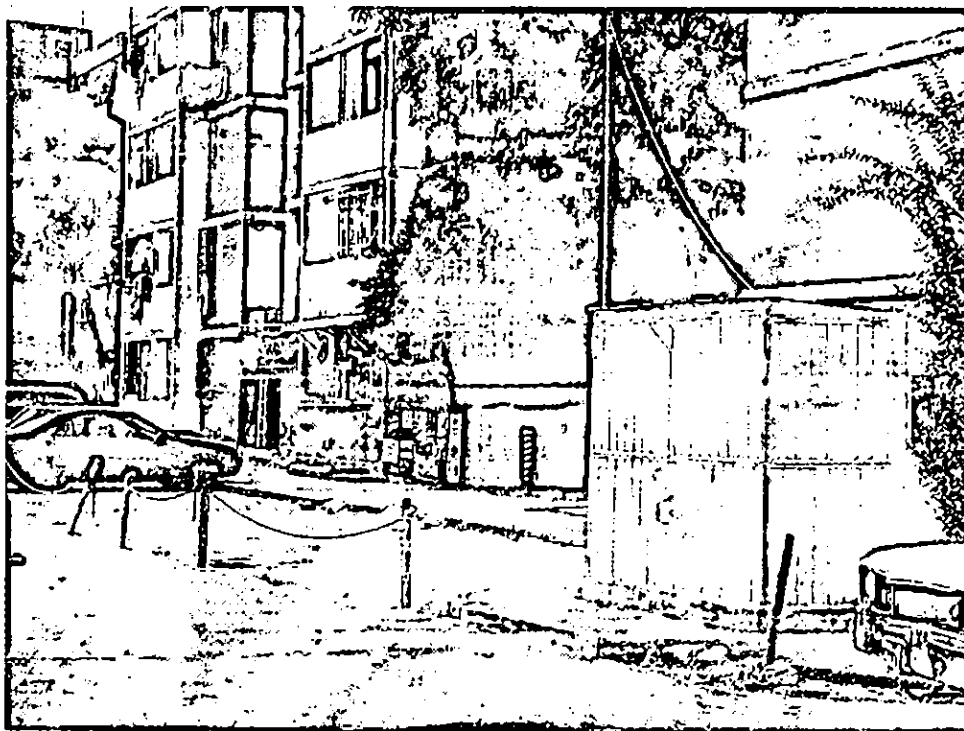
Al tratarse de esta tipología de vivienda encontramos que, a diferencia de lo que sucede en las colonias o barrios, los habitantes deben desplazarse de la unidad habitacional a los pueblos o colonias cercanas⁸, para poder hacer uso de

⁶ El comercio tradicional también es conocido como comercio de barrio, en este se incluyen, comercios pequeños, que como tiendas establecidas en un espacio destinado a la vivienda, locales, puestos móviles, fijos y semifijos. Por ejemplo: tiendas de abarrotes, recauderías, farmacias, pollerías, etc.

⁷ Tiendas de grandes cadenas, como los son las tiendas de autoservicio, centros comerciales, plazas comerciales y tiendas de gran superficie, tipo OXXO, almacenes de gran superficie como Palacio de Hierro, Liverpool, Suburbía, grandes cadenas como Walmart etc.

⁸ Azcapotzalco, Santa Barbara, San Martín Xochinahuac, San Pablo Xalpa, San Pedro Xalpa

Imagen 5. Comercio ubicado en el espacio de uso colectivo



Fotografía: Joana Villa, 12/10/ 10.

A pesar de que esta oferta comercial existente en la unidad es aceptada por los habitantes, no es su única fuente de abastecimiento⁹ y la mayoría de los puestos están relacionados con la venta de alimentos ya sean crudos o preparados, y productos de abarrotes, los cuales son productos de consumo diario que los habitantes tienden a adquirir, en la medida de lo posible dentro, de la misma unidad.

Las modalidades a través de las cuales se establecen o construyen los comercios en la unidad, varían según el espacio que ocupan. Por una parte están aquellos comercios que se instalan dentro de la vivienda y que por consiguiente invaden el

⁹ En el siguiente capítulo se desarrolla una descripción de las prácticas de consumo de los habitantes de la unidad habitacional.

espacio privado, modifican la distribución espacial del departamento y deforman la arquitectura del edificio, debido a que se trata en su mayoría de construcciones improvisadas. Estos comercios no pagan cuota alguna. Por otra parte, están los comercios que se establecen en el espacio colectivo y público, los cuales en principio no están permitidos por la Ley de Propiedad en Condominio para el Distrito Federal¹⁰. Sin embargo, tras realizar varias entrevistas formales y tener pláticas informales con algunos dueños de estos negocios, pude saber que en la unidad basta con pedir algunas firmas a los vecinos que podrían verse afectados con la construcción (en la mayoría de los casos se trata de puestos fijos hechos de lamina) y pagar una cuota de 200 pesos aproximadamente, ya que en la unidad existe una organización de comerciantes que intenta regular la ubicación y el giro de los comercios, para evitar conflictos entre los vendedores (Imagen 6).

Imagen 6. Comercio establecido en el espacio colectivo



Fotografía: Joana Vila, 12/ 10/10.

¹⁰ En la Ley de Propiedad en Condominio para el Distrito Federal 2011. Artículo 17, se estipula que cada condominio, y en general los habitantes del condominio usaran su unidad de propiedad privativa de forma ordenada y tranquila. No podrán en consecuencia, destinarla para usos contrarios a su destino ni hacerla servir a otros objetos que los contenidos expresamente en su escritura constitutiva

Existen también los comercios establecidos fuera de la unidad pero en colindancia con ella, los cuales en su mayoría se encuentran sobre la banqueta del Eje 5 Norte, que va en dirección al Rosario. Estos también pagan cuota a la organización de comerciantes. Aunque no todos los dueños de estos puestos son habitantes de la unidad, también deben apegarse a las disposiciones de la delegación, dar de alta su comercio y el giro de las mercancías que van a vender, así como mantenerlo cerrado los días martes, que se ha establecido como día sin comercio en vía pública en la Delegación Azcapotzalco. Es en estos comercios en los que encontramos mayor presencia de la venta de alimentos preparados, sin importar la hora del día; cabe mencionar que los domingos se pone un tianguis en esta misma ubicación.

3. 2. 1 ¿Qué vendes?

En este apartado se describirá y cuantificará la oferta comercial que existe en la unidad. Como parte del desarrollo de la investigación, realicé varios recorridos dentro de la unidad para observar la dinámica existente entre los compradores y la oferta comercial. Posteriormente hice un conteo de cada uno de los comercios ubicados al interior de la unidad, los cuales fueron clasificados en base a una tipología¹¹ y ubicados en la cartografía correspondiente a la zona de estudio,¹² partiendo de la distinción básica entre comercio y servicios. Debido a que la UHSPX no cuenta con equipamiento que ofrezca servicios bancarios, médicos o escolares en su interior, solo tomaré en cuenta los establecimientos comerciales, distinguiendo entre ellos: 1) los comercios establecidos a los que llamaré "locales"; 2) puestos fijos, es decir los puestos permanentes localizados en áreas de uso colectivo o públicas; 3) puestos móviles, es decir aquellos que aunque cuenten con una estructura metálica, pueden ser desplazados de un lugar a otro.

¹¹ Para la elaboración de esta tipología se llevaron a cabo varias discusiones grupales durante el seminario de investigación, retomando algunas definiciones de textos previamente consultados.

¹² A su vez tuve oportunidad de entrevistar formal e informalmente a algunos de los comerciantes de esta zona, los cuales amablemente me permitieron observar la forma en la que operaban sus comercios.

Consideraré la diferenciación de los comercios según su giro, es decir el tipo de productos que ofrecen; por ejemplo: carnicerías, verdulerías, panaderías, etc. Entenderé aquí específicamente por tiendas de abarrotes los pequeños establecimientos, generalmente vinculados a los espacios destinados a la vivienda del propietario, cuya oferta se concentra en los productos de consumo diario o básico, además de vender artículos para la limpieza del hogar, refrescos, golosinas, galletas, alimentos empaquetados, productos enlatados y en algunos casos frutas y verduras. Por otro lado, denominaré tiendas de conveniencia a aquellos establecimientos fijos destinados a abastecer a consumidores ocasionales, es decir que van de paso; por ejemplo los OXXO, que venden alcohol principalmente en horario nocturno, pero que también ofrecen algunos otros productos como cigarros, panes y galletas empacadas y productos enlatados. En la UHSPX sólo encontramos dos establecimientos que responden a estas características, un Go-Mart y un Oxxo¹³.

Me referiré también a los tianguis, es decir los mercados hebdomadarios al aire libre integrados generalmente por puestos móviles dedicados principalmente a la venta de alimentos frescos, pero que también ofrecen ropa, artículos de limpieza, plantas, juguetes, etc. Finalmente, en la UHSPX tiene una presencia significativa el llamado comercio ambulante o comercio en la vía pública, el cual como ya he señalado puede estar conformado por puestos fijos o móviles, como es el caso de los puestos que encontramos en las entradas de cada sección de la unidad habitacional.

Como ya he mencionado, durante el trabajo de campo realicé un conteo de los comercios existentes en la unidad, lo que arrojó un total de 116 locales y puestos, distribuidos al interior de la unidad y al exterior dentro de una distancia menor a una cuadra. De este total, 21% son comercios establecidos, la mayor

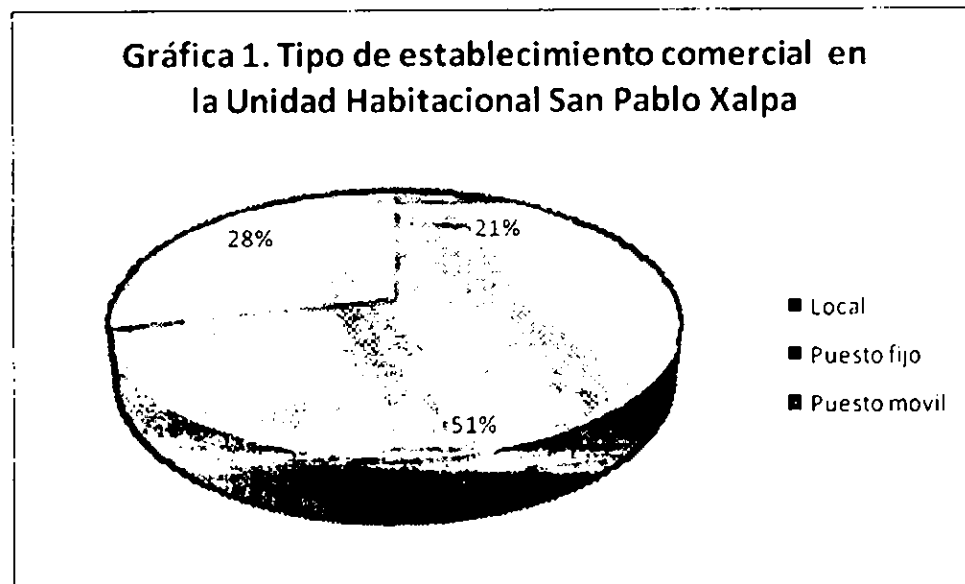
¹³ Encontramos un Go Mart, en la gasolinera ubicada a un costado de la primera sección de la unidad habitacional, y un OXXO también en una gasolinera, en la siguiente esquina correspondiente a la última sección de la unidad.

parte en viviendas que han sido modificadas total o parcialmente y convertidas en tiendas de abarrotes, fondas o estéticas, etc.; y, en un par de casos en locales diseñados y contruidos para cumplir con funciones comerciales, como el caso del OXXO y el Go Mart. Otro 51 % son puestos fijos que funcionan toda la semana, e incluso cambian de giro a diferentes horas del día. Al realizar varios recorridos, encontré que los dueños de algunos puestos los utilizan para la venta de productos diferentes (comúnmente alimentos preparados), de acuerdo al horario de entrada y salida de los trabajadores de las empresas cercanas. Finalmente, 21% son puestos móviles, la mayoría de ellos se colocan por las tardes o noches, venden dulces o comida preparada. En esta categoría encontramos los puestos que se colocan los domingos en el tianguis. (Gráfica 1 y Tabla 9).

Tabla 9. Tabla de síntesis por giro y tipo de los comercios al interior de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa.

Tipo	Giro				Total
	Abarrotes	Alimentos Frescos/ crudos	Alimentos preparados	Otros	
Local	12.9	0.9	2.6	4.3	20.7
Puesto fijo	6.9	6.0	31.9	5.2	50.0
Puesto móvil	0	12.9	6.9	10	29.8

Fuente: Elaboración propia en base a recorridos.



Fuente: Elaboración propia, en base a recorridos por la UHSPX.

En la gráfica dos se puede observar la distribución por giros. En conjunto, el giro con mayor presencia es el de venta de comida preparada (41.1 %), seguido de los alimentos frescos (20 %) y los abarrotes (18%). La gran presencia de locales y puestos dedicados a la venta de comida preparada sin duda está vinculada a la ubicación de la unidad: colindancia con el muy transitado Eje 5 Norte y cercanía de la Universidad Autónoma Metropolitana, la fábrica de “Bimbo” y a la empresa de mensajería “Estafeta”, cuyos trabajadores pueden llegar caminando a la Unidad.

Por su parte, los comercios que venden productos frescos, como frutas, verduras y productos lácteos, en su mayoría se localizan en las entradas de cada sección de la unidad habitacional y generalmente son puestos fijos de fierro que ofrecen frutas frescas, verduras frescas, productos enlatados y semillas; estos puestos atienden básicamente a los habitantes de la unidad habitacional (Imagen 7). Los que se dedican a la venta de abarrotes, en cambio, en algunos casos están situados en viviendas en las que el patio o la sala ha sido convertido en

una pequeña tienda. En general ofrecen artículos muy básicos, como arroz, frijol, pan, tortillas, café, leche, queso, huevo y algunos artículos para la limpieza, como detergente o suavizante para la ropa.

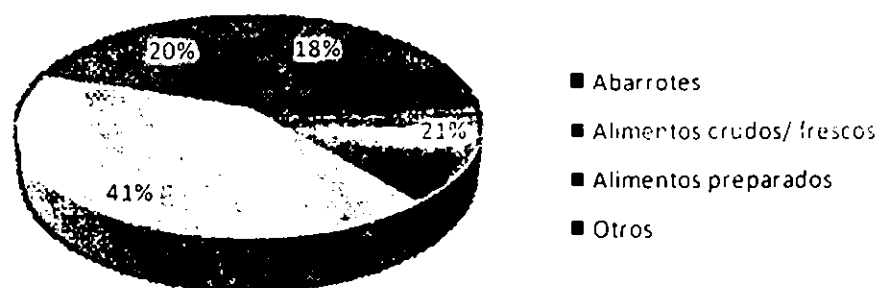
Imagen 7. Puesto fijo ubicado afuera de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa



Fotografía: Joana Villa, 5/11/10

Finalmente, están los que se dedican a vender otro tipo de productos o servicios, como tlapalerías, farmacias, papelerías, estéticas, productos de jarciería y venta de recargas telefónicas.

Gráfica 2. Comercios en la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa

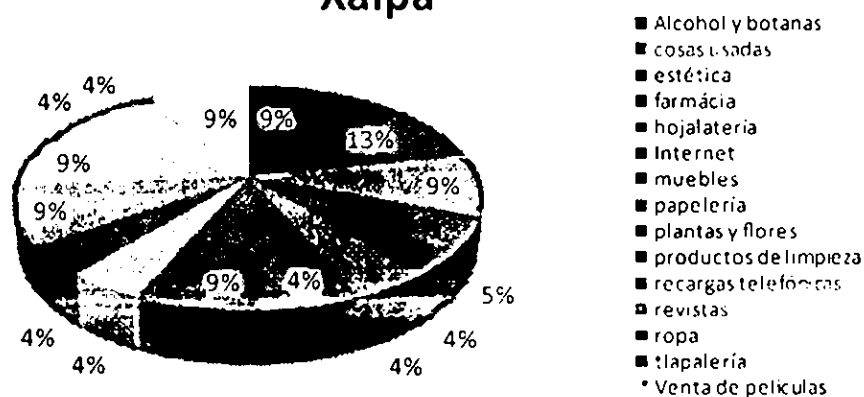


Fuente: Elaboración propia, con base en recorridos por la UHSPX.

En entrevistas informales encontré que la gente está acostumbrada y de acuerdo con la presencia de este comercio en la unidad, puesto que su presencia evita que se desplacen de un lugar a otro, lo que les implicaría gastar tiempo y dinero. Por otra parte, al realizar varios ejercicios de observación, se encontró que las personas que consumen en los comercios donde se vende comida preparada, no siempre son habitantes de la unidad, en ocasiones se trata de empleados de la fábrica "Bimbo", de "Estafeta" o de las bodegas que se encuentran cercanas a la unidad, a diferencia de la clientela que consume en los comercios en los que se venden abarrotes, integrada fundamentalmente por vecinos de la unidad, al igual que la de los comercios de papelería, farmacia, jarcería, muebles, revistas, películas, renta de equipos con internet, venta de tiempo aire para celular servicios de estética, venta de juguetes y ropa.

En la siguiente gráfica se muestra el porcentaje correspondiente a los distintos giros existentes, sin discriminar el tipo de local o puesto.

Gráfica 3. Comercio especializado en la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa



Fuente: Elaboración propia, en base a recorridos por la UHSPX

Mapa 1. Comercios de día, de noche y de fines de semana en la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa



Fuente: Elaboración propia en base en recorridos por la unidad

El funcionamiento de estos comercios no sólo depende de su ubicación sino también del horario y los días en que el comerciante decide ofrecer sus productos, sobre todo en lo que respecta a los puestos móviles y algunos puestos fijos que se dedican a vender alimentos preparados. En el mapa 1 se puede observar la distribución de comercios que se colocan en el día, por la noche y aquellos que solo funcionan los fines de semana. La distribución resultante según horario y días de la semana, es la siguiente: comercios que venden en el día, 52.6 % (61 comercios entre locales, puestos fijos y puestos móviles; aquí volvemos a incluir al OXXO y al Go mart, puesto que son establecimientos que funcionan las 24 horas); comercios que venden en horario nocturno, 10.3 % (12), entre ellos encontramos nuevamente al OXXO y al Go Mart y el resto son puestos que venden alimentos preparados, como hamburguesas, tacos, tamales, tortas, etcétera. Finalmente encontramos que 37.1 % (43 comercios), funcionan sólo los fines de semana, entre ellos incluimos los puestos móviles del tianguis dominical (Imagen 8).

Imagen 8. Tianguis dominical ubicado sobre la banqueta del eje 5 norte, en dirección al Metro El Rosario



Fotografía: Joana Villa, 27/02/11

3.3. Las practicas de consumo de los habitantes de la UHSPX

Este apartado es resultado del trabajo de campo realizado durante algunos meses en la unidad, la información se obtuvo a través de una serie de entrevistas¹⁴ e innumerables comentarios recibidos por parte de sus habitantes. los cuales en un principio se mostraron muy herméticos y se negaban a responder mis cuestionamientos. Sin embargo, al enfrentarme a esta actitud decidí acercarme a las personas que atendían los comercios al interior de la unidad, ya que ellas son los ojos y boca de la UHSPX y por lo tanto podrían ser útiles al momento de obtener información, pero también podrían ayudarme a conseguir informantes. Así ocurrió, las entrevistas tenían como objetivo conocer: ¿qué consumen?, ¿dónde consumen?, ¿con qué frecuencia?, ¿cuáles son las formas de pago?, e incluso entender ¿por qué consumen de esta forma?

Los ejes seguidos durante la primera parte de las entrevistas se orientaban a conocer dónde se abastecían de despensa, ropa y calzado; si tenían alguna preferencia por determinadas marcas y entender por qué; saber si contaban con algún crédito o alguna forma de pago diferente al efectivo y; finalmente, conocer cuál era la frecuencia con la que adquirían distintos bienes.

3.3.1. ¿Qué llevas en el carrito del supermercado?

La información obtenida revela que la compra de abarrotes entre los habitantes que cuentan con empleo estable, reciben vales de despensa o cuentan con alguna tarjeta de debito, crédito o departamental¹⁵, se hace habitualmente en algún establecimiento de cadena, en este caso la Comercial mexicana de Azcapotzalco, la cual se ubica a 15 minutos aproximadamente de la unidad en automóvil o en

¹⁴ Las cuales fueron pensadas y aplicadas en base a una batería de preguntas clave. (La cual se incluye en el anexo de este trabajo).

¹⁵ Las cuales son muy poco usadas entre los habitantes de la UHSPX, ya que argumentan, que sus ingresos no son los suficientemente estables, por lo tanto, no tienen la seguridad de poder pagar en determinado tiempo; prefiriendo pagar en efectivo.

transporte colectivo. Aún cuando la unidad colinda con Tlalnepantla, Estado de México, los habitantes me comentaban que no acostumbraban, ni les gustaba, ir a comprar por aquella zona.

¿Qué es lo que más compran en el súper?

Pues el mandado... ah... la tienda departamental... pues jabón de baño, de ropa, papel de baño, las pastas de dientes, de la despensa pues el frijol, arroz, azúcar, café." (Maura, 31 años, secretaria, comerciante y ama de casa)

Depende, ora sí que yo busco donde este mas económico, a veces en Aurrerá, a veces aquí en el tianguis que se pone los domingos vienen un poco mas económicas las cosas y este... es en donde a veces compro lo que es mi jabón, mi frijol, mi arroz, o sea cosas que uso (...) Eso sí, lo pago en efectivo (...) en la que se encuentra aquí este..., al final de la UAM - (Sandra, 39 años, comerciante y ama de casa).

A mi mamá le dan el vale de la UAM (...) está en recursos humanos, es secretaria de recursos humanos ahí pues como es del sindicato eso pues le dan un vale de despensa, de un monto de 800 pesos, entonces ese lo pueden cambiar en el "Aurrerá", Wal-Mart, en la Comercial Mexicana. Pero nosotros vamos al Wal-Mart de ferrería, aquí en Azcapotzalco, ahí es donde compramos la despensa (...) Ese vale es cada mes, pero este... por lo regular nosotros compramos en el "Aurrerá" de aquí de la colonia Santa Barbará, ahí compramos nuestra despensa también (...) cuando se trata lo que es la comida de diario, que son verduras carne y todo eso, eh... (..) Hay fines de semana que vamos al rastro o si no sale alguno de mis familiares, mi hermano o yo, y vamos a lo que es aquí dentro de la unidad hay comercio aquí, eh (..) sí, hay carnicería, verdulería o tiendas de abarrotes igual ahí, lo que nos haga falta en la semana, pues ay nosotros vamos y consumimos o dentro de la unidad donde hay comercio o tiendas. (Edith, 20 años, ama de casa).

Pues una parte en el súper y una parte en el tianguis (..) En el súper papel higiénico, carne, cereal, leche, tortillas (...) En el tianguis solo las verduras, papas, zanahorias, jitomate, tomate, chiles, limones, cebolla, cualquier cosa que sea verdura (...) En el súper cada ocho días (...) los jueves, porque es el mercado que se pone cerca de mi casa (...) En San Pablo aquí bien cerca. (Francisco, 24 años, estudiante y asesor comercial).

Imagen 9. Rutas de transporte para llegar a la Comercial Mexicana de Azcapotzalco.



Fuentes: Imagen, Google Earth; Ruta, elaboración propia con base en recorridos de campo.

Para la compra de alimentos frescos, el lugar favorito es el antiguo "Rastro de ferrería", el cual ofrece verduras y carnes frescas, al mayoreo y menudeo, con una forma de pago única: en efectivo. Al entrevistar a algunos vendedores de comida preparada al interior de la unidad, encontré que ellos hacían compras en "El Rastro" varias veces a la semana, pues aseguran que éste es el mejor lugar para encontrar productos frescos y a buen precio. Mientras que al entrevistar a las amas de casa, ellas me decían que preferían consumir en el tianguis de los domingos, ya que se ubica frente a la unidad y ellas compran por menudeo, por lo

que aquello que se ahorrarían en el precio de los productos, es lo que invertirían en el transporte de la unidad a Ferrería. Para llegar a Ferrería desde la UHSPX es necesario tomar dos líneas de transporte público, la primera hasta avenida Ceylán y la segunda desde esta avenida hasta enfrente del "Rastro"; o bien, desde luego, utilizar automóvil o tomar un taxi, lo que implica tomar otro itinerario, debido a que la ruta del transporte público está organizada mediante carriles de uso exclusivo.¹⁶

Imagen 10. Rutas de transporte para llegar al Rastro de Ferrería



Fuente: Imagen de Google Earth; ruta elaboración propia en base a recorridos de campo

Hasta este momento encontramos que una de las tendencias del por qué compran en esos sitios, está totalmente relacionada con los precios: "es más

¹⁶ En el mapa la línea roja representa la ruta en transporte público y la azul el transporte particular.

barato", "no es tan caro", me decían los entrevistados. Al preguntar si tenían marcas favoritas, las respuestas estaban más bien orientadas al prestigio publicitario que tenían los productos de consumo no duraderos, pero siempre considerando los precios también; es decir, buscando un equilibrio entre consumir marcas popularmente conocidas y al mismo tiempo pagar precios no muy elevados.

No sé, carne del "Sams" no sé que marca sea (...) "Sams" o ya carne cuando (...) mmm (...) como es mas cotidiano comprarla cada tres o cuatro días (...) la compramos (...) mi papá la compra en Soriana o "Walt Mart". La verdura (...) por lo general también en Soriana o "Wal-mart" Mmm (...) de jabón para lavar mmm (...) Ariel, aceite, de ese no mas usan de oliva (Sergio, 29 años, administrador y comerciante).

Sí claro (...) son marcas así este... que no esté tan elevado el precio, ni tampoco tan económico, sino algo así para que se nos estabilice nuestra economía. Por ejemplo, del café, pues es el "Nescafé", el chocolate en polvo, pues una marca favorita pues es el "Nesquick", lo que es el cereal es el "Kellog's", pero eso es por el ama de casa (bromea acerca de que ellos no deciden que comprar, sino su madre). La que lleva ahí la batuta es la madre, la que lleva ahí todo lo del hogar, ella es la que decide, no nosotros (Edith, 20 años, ama de casa).

Cotonel de Klinex, me parece, para el papel. La carne no sé la marca, la leche Nutrileche y los cereales me gustan los Corn Pop's (Francisco, 24 años, estudiante y asesor comercial).

Sin embargo, esto también varía según el tipo de familia al que pertenece el entrevistado. Por ejemplo, entre los entrevistados antes citados, tenemos tres casos distintos, los cuales no elegí al azar. El primero es Sergio, quien vive en casa de sus padres y tiene cierta idea de lo que se compra, pero no distingue entre un establecimiento u otro, o entre las marcas que se consumen en su hogar. El segundo caso es el de Edith, quien también vive con sus padres, tiene un bebé que requiere de ciertos productos especializados y se encarga de ayudar en las compras familiares, por lo que tiene mayor precisión al momento de describir las marcas que consume su familia. Finalmente, el caso de Francisco, estudiante de 24 años; él vive solo y dice que en realidad no le importan mucho las marcas, sólo en algunos casos muy específicos como la leche, el cereal y el papel de baño.

3. 3. 2 De la tienda departamental al tianguis

La ropa está cargada de diversos significados socio-culturales, expresa en muchas ocasiones de dónde venimos, en el sentido del contexto urbano o rural, por ejemplo. También es el reflejo del estilo de vida que llevamos y la esfera social en la que nos desenvolvemos, el oficio que practicamos e incluso puede ser reflejo del buen o mal gusto¹⁷ que se tiene al elegir una prenda. El gusto, por lo demás, también es en parte moldeado por los medio de comunicación masiva, que se encargan de vender imágenes, las cuales, sin importar la clase social de consumidor, trataran de ser imitadas de acuerdo con la posibilidades de cada presupuesto.

Ahora bien, cuando se trata de ropa, las diferencias se hacen muy presentes, ya que su consumo depende totalmente de los ingresos que percibe cada hogar, así como de los lugares en los que se desenvuelven laboralmente. En algunos casos encontré que las marcas no les resultaban importantes y compraban en el tianguis o en las pacas.¹⁸ Mientras que en otros casos las marcas sí resultaban importantes, por ejemplo, entre aquellos cuyo empleo o lugar de estudios exigía una buena presentación. En el siguiente testimonio, a la entrevistada, cuyo empleo es atender un puesto de comida afuera de la unidad, no le resulta importante la marca de ropa y tampoco acostumbra a comprar varias veces al año.

En el tianguis, por lo regular compramos la ropa en el tianguis (...) quién sabe, la verdad no sé, es muy esporádicamente, por lo regular cada diciembre sí, para fin de año (...) con lo que uno junta (...) por lo regular para mi es más cómodo traer un pant que traer cualquier otra cosa, más que nada en temporada de frío con más razón. Voy a Canal del Norte, hasta allá voy (...)

¹⁷ En la actualidad, la industria de la moda dicta las tendencias y decide lo que es de buen o mal gusto, basándose muchas veces en las tendencias que encuentra en la calle, entre la gente real, por lo que de un momento a otro se cambian los patrones del gusto y lo que antes era de mal gusto ahora resulta totalmente aceptado.

¹⁸ Son lugares donde se vende ropa usada, generalmente traída de Estados Unidos, en su mayoría es ropa que pasa ilegalmente, por lo que resulta muy barata.

porque para empezar es más económico y has de cuenta que yo compro seis prendas para toda la temporada invernal, ¿no?, por así decirlo (...) es más económico y como casi no puedo salir de compras es mas práctico (...) Mis hijos en Tepito, yo aquí en Azcapotzalco (María de la Luz, 42 años, Comerciante y Ama de casa).

También encontramos casos como el siguiente, el que algunas prendas se compran en establecimientos pertenecientes a cadenas y otras en el tianguis. A diferencia de aquellos que prefieren dejarse llevar por el prestigio social asociado a usar una marca o modelo de ropa, ya sea para asistir al trabajo o al realizar cualquier actividad de la vida cotidiana y que, más allá de las condiciones en las que vive, deben buscar opciones para acceder a esa marca o modelo.

Ropa, pues sí, hay varios lugares, puede ser Suburbia mmm (...) o en tiendas, no sé, centros comerciales, pero también he comprado en... cómo te diré, en tianguis, en el de aquí del Rosario donde se ponen las pacas (...) En el que está aquí en Refinería (...) ¿Cada cuándo? (...) como cada tres meses. Esos (los zapatos) por lo general los compro por catalogo a "Class" o a... cómo se llama la otra, creo que es "Price Shoes" (Sergio, 29 años, administrador y comerciante).

La ropa, ¡ay sí!, no (...) nosotros no compramos en el tianguis, no eso no, la ropa la vamos a comprar a los centros comerciales, por ejemplo, el que nos queda cerca a nosotros es Plaza Parque Linda vista, lo que es "Zara", "Bershka" o la "OGGI jeans"; la de mi bebe en "Suburbia", porque su papá nos lleva y así, o una abuelita le trae de allá, de Estados Unidos la ropa y ya se la compran; o nosotros tenemos amigos que trabajan en centros comerciales y ya nos la venden y ya es menos el precio (...) A mi bebe sí le compramos, nosotros casi no, nosotros por ejemplo, cada (...) no sé, a lo mejor cuatro meses o cada cinco meses, o cuando hay un evento social; y a mi bebé pues sí le compramos, ¡ay! (...) ese sí es cada no sé (...) hasta cada quince días le compró.- (Edith, 20 años, ama de casa).

Aprovecho a comprarles ropa a mis hijos y lo que les haga falta este... pues si trato de comprárselos, para que no les falte en el año. Entonces ropa, zapatos, más que nada zapatos y tenis, que les duren todo el año (...) En Tacuba hay una tienda, bueno es una zapatería, pero los traen de León Guanajuato, entonces está económico y son de piel entonces (...) y salen buenos (...) bueno cuando son chafitas, porque yo sí luego... yo sí tengo que cómprame mi zapatos en abonitos por catalogo (...) lo de mis hijos si es al chaz chaz (...) mi ropa... ya hasta que la veo con hoyitos, a veces paso más diciendo ay todavía se ve buena, cómo la voy a lirar y ya hasta que la veo ora sí como dicen pal perro, pijama (...) estaba haciendo cuentas más o menos hace cuanto tiempo que no me compro ropa y hace como cuatro años o cinco (Maura, 39 años, secretaria, comerciante y ama de casa).

Me gustan los jeans de Levi's o por ejemplo o una buena chamarra, pues no sé, donde me guste, vaya. Me gustan los boxer's Calvin Klein (...) depende si hay una promoción para tarjeta, pues los compro con tarjeta (Francisco, 24 años, estudiante y asesor comercial).

A partir de los dos apartados anteriores, podemos observar que las prácticas son muy variadas, sin embargo, las constantes que encontramos son ahorrar tiempo y dinero, así como hábitos y preferencias por el pago en efectivo. Durante las entrevistas los informantes comentaban que preferían pagar en efectivo, pues no siempre percibían los mismos ingresos, por lo que evitaban arriesgarse y tener problemas por falta de pago.

3. 3. 3 ¿La salud es primero?

Mediante la segunda parte de las entrevistas intenté sondear cuáles eran las prácticas en cuanto a los servicios de salud. Encontré que la mayoría de los entrevistados no contaban con afiliación a estos servicios, pero algunos de sus familiares sí. Esto tenía que ver con la formalidad o no de su empleo, básicamente, sin embargo también es resultado de la falta de cultura de prevenir enfermedades, ya que había quienes aunque contaban con afiliación a alguna institución pública, no acostumbraban a asistir periódicamente. Los que no cuentan con este servicio, buscan opciones con médicos particulares, lo más cerca posible a la unidad, debido al tiempo o dinero que tienen que invertir para desplazarse.

A mi bebe, lo llevamos allá en la Roma, es un doctor homeopático (...) Cada mes y le dan medicamento cada tres semanas, pero está bien porque nos cobra, porque también existe psicoterapia y nutrición y nos cobra 800 pesos con todo y medicina. Y cuando se nos enferma lo llevamos aquí al hospital de la providencia en Azcapotzalco (...) No estoy afiliada, bueno al seguro popular sí, pero (...) no me conviene, na mas lo llevo ahí a las vacunas, pero no me conviene porque, por ejemplo, me tardan y en lo que me tardan ya le subió más la fiebre y es un dimes y diretes, mejor prefiero llevarlo así a una particular (Edith, 20 años, ama de casa).

No, mira, cuando los tengo así con la enfermedad los llevo al ISSSTE, pero si ya veo que no les hacen tratamiento, los llevo al particular (Maura, 39 años, secretaria, comerciante y ama de casa).

Tengo un amigo que es doctor y siempre que nos enfermamos corro con él y pues por lo tanto... no más las medicinas en las farmacias, de hecho no voy al seguro popular, no me gusta porque ni te dan la medicina, porque nunca hay medicina. (Se ríe y bromea porque nunca le atienden bien en el seguro popular). Entonces, para mí es más fácil ir a ver al doctor, de hecho el doctor me regala hasta el medicamento, para mí es más rápido y no hago colas ni nada, no tengo tiempo de perder tiempo, yo voy con mi doctor, porque ya sabes que a lo mucho media hora y cuando vas al seguro popular ya sabes que es media mañana, algo que no tengo tiempo y procuro no enfermarme, no está en mis planes (...) Por ejemplo, yo tengo mi dentista y con él todas mis citas son de siete a ocho de la noche, la más temprana es a las siete, si veo que no puedo a las ocho y media, yo trabajo con él por citas, por lo mismo procuro hacerlo en la noche, en la mañana nunca en la vida, no tengo tiempo, por ejemplo... igual si tengo que ir al ginecólogo, igual pasa lo mismo (...) Has de cuenta que yo hago mi cita, el doctor que te dije, que es doctor en general, has de cuenta que es una clínica que tiene de todo, ginecólogo, de todo, entonces yo también manejo todo eso por citas y todas mis citas por lo regular son de siete en adelante, ya sea el dentista, el ginecólogo, el dermatólogo también por citas, pero en la tarde () El dermatólogo, no, a mí me prepara una crema y nada más cada que se me acaba y voy; el dentista, ahorita por ejemplo estoy yendo, y por ejemplo, lo que me falte, o lo que... si más que nada lo que me falte, por lo regular yo voy cuando empieza diciembre, porque, has de cuenta que la gente está muy ocupada con sus pachangueses... es cuando menos gente tiene el doctor y está menos estresado y menos cansado o igual no voy en diciembre y voy los primeros días de enero que la gente no tiene dinero, entonces ya si yo tengo una cita un martes que descansé, voy el martes pero en la tardecita o en la mañana, pero en la mañana muy en la mañana, pero yo todo lo manejo por citas, por el tiempo que no tengo (María de la Luz, 42 años, comerciante y ama de casa).

-Particulares, el dentista siempre es particular, nunca he ido al dentista al seguro y doctor mi esposo tiene gastos mayores, entonces tengo buenos doctores puedo ir al hospital Satélite, al Hospital Español, al Hospital Angeles, tampoco ocupo mucho, no somos muy enfermizos, pero cuando los llevé si los llevé a hospital particular, porque a mi esposo le (...) has de cuenta que pagamos el diez por ciento de lo que cuestan las consultas, si vale setecientos pesos, pagamos setenta pesos y la medicina solo pagas en diez por ciento, está muy bien.-(Ana, 41 años)

3. 3. 4. El entretenimiento. De las telecomunicaciones a la cascarita callejera.

Como ya planteé en varias ocasiones, la unidad se encuentra un tanto deteriorada, el poco equipamiento deportivo, las áreas verdes y los juegos infantiles se encuentran en mal estado y se convierten en un peligro para los usuarios. Pero ese no es el único peligro al que se enfrentan los habitantes de la unidad, el peor peligro es el ocio en el que se encuentran algunos de sus jóvenes y ya no tan jóvenes habitantes, cuya falta de empleo y escolaridad les ha llenado de apatía y les ha inducido a delinquir. Como respuesta a esto, algunos padres de familia intentan mantener ocupados a sus hijos pequeños, llevándolos a practicar algún deporte o vigilándoles de cerca.

La parte final de las entrevistas tenía como objetivo conocer las prácticas de consumo cultural que tenían los habitantes de la unidad. Al momento de aplicarlas, la pregunta que debía hacerme personalmente era, ¿En verdad tiene opciones para entretenerse? ¿Existen las condiciones materiales para el desarrollo de actividades recreativas en la UHSPX? En este sentido encontré que el Deportivo Reynosa cumple con la función de espacio recreativo para algunos habitantes de la unidad, en especial para los niños y jóvenes, los cuales se reúnen a jugar fútbol, en algunas ocasiones en el deportivo. En otras ocasiones los estacionamientos de la unidad sirven como canchas, y en muy pocas ocasiones se recurre a actividades en lugares alejados a la unidad. Sin embargo, en el caso de aquellos habitantes, adultos en su mayoría, que se dedican al comercio, la recreación no es una opción, ya que el tiempo que pasan en la vivienda es mínimo y casi exclusivamente destinado a descansar o dormir.

Sí, mis hijos sí hacen deporte (...) fútbol (...) en el deportivo. (Ana, 41 años, estilista y ama de casa)

Sí hago ejercicio, fútbol y bailar (...) Cada fin de semana. (Jorge, 19 años, estudiante)

Me gusta ir de campamento, me gusta el Caribe, me gusta el norte, me gusta todo México, no lo conozco todo, pero bueno... (Francisco, 24 años, estudiante y asesor comercial)

Lo mismo sucede cuando se trata de consumo cultural, como ir al cine, museos, teatros, inclusive leer, etc. La gente expresa que no tiene tiempo, dinero o no acostumbra asistir a esos sitios, a excepción también de aquellos que se encuentran estudiando. El entretenimiento favorito es ver películas en casa, cuando se tiene tiempo de pasarlo en familia.

Mis hijos son muy inquietos y no se están quietos, entonces no, casi las películas las compramos y las vemos en la casa (...) piratas, la verdad. A veces hay ofertas en los centros comerciales, en Samborns y eso que las ponen de a cincuenta, sesenta pesos, si las puedo comprar originales. pero películas que ya vimos, y que nos gustan como Toy Story si las puedo comprar originales cuando están de oferta, las compro. (Ana, 41 años, estilista y ama de casa.)

No, no voy a nada (...) pues con los niños qué tiempo va a haber y dinero... (Beatriz, 36, años, ama de casa)

No... para empezar ni me gusta ir al cine y el ratito que estoy ahí en tu casa, estoy ahí viendo la tele, que agarro es mi hora ya agarré, tengo como dos meses que ... me estoy enseñando a tejer y agarro y me pongo a hacer bufandas, entonces en la hora en la que yo estoy descansando es mi hora y yo hago con mi hora lo que quiero, me puedo quedar dormida, descanso, veo la tele o me pongo a tejer, pero por lo regular prendo la tele y estoy tejiendo, dependiendo si me quito de seis, agarro de seis a siete y si me quito a las siete, agarro de ocho a nueve y como es mi hora no estoy para nadie, para nadie, ya después de eso agarro aire y me pongo a hacer lo que tenga que hacer. (María de la Luz, 42 años, comerciante y ama de casa).

Pues voy al Polifórum, al Teatro de los Insurgentes, al Centro Cultural del Bosque, y pues si básicamente mmm... También he ido al Teatro Libanés y al Tepeyac. (Francisco, 24 años, estudiante y asesor comercial)

Sí... este... museos una vez cada tres meses más o menos, al teatro una vez cada medio año aproximadamente y eventos culturales pues una vez por semana, porque hacen eventos seguido en mi escuela. (Jorge, 19 años, estudiante)

El hábito de la lectura, como era de esperarse, resulto prácticamente nulo, los únicos que dedican un poco de tiempo a esta actividad son los estudiantes, en general leen textos especializados que les dejan de tarea en la escuela.

En cuanto al consumo de otros servicios como televisión por cable, teléfono fijo, teléfono móvil o internet, la información que obtuve apunta a un limitado uso de estos servicios. No usan teléfono fijo, ya que casi no están en sus viviendas, pues pasan la mayor parte del día trabajando, a excepción de los estudiantes. Los casos en los que se encuentra presente el consumo de teléfono e internet, son por ejemplo, como ya mencioné, los de las viviendas en las que hay estudiantes. Esta dupla, teléfono e internet, está asociada a los paquetes que se ofrecen y que suelen incluir tv por cable, teléfono e internet.

No (...) tengo computadora, no tengo internet, no estoy a favor, ni de los celulares ni de cablevisión (...) no, nada de eso. (Ana, 41 años Estilista y ama de casa)

Sí, tenemos esos servicios hasta el momento todavía (...) entre todos los pagamos, en efectivo, de hecho todos aportamos a la casa algo. Sí, nos apoyamos todos, pues para vivir un poco mejor. (Edith, 21 años, ama de casa)

No tengo teléfono (...) nunca estoy, yo salgo desde las cinco de la mañana y voy llegando casi a las seis de la tarde. (María de la Luz, 42 años, comerciante y ama de casa)

Respecto a la telefonía móvil, es más frecuente encontrar que los informantes, sin importar su rango de edad, cuentan con un aparato celular que con un teléfono fijo.

Finalmente, cuando se trata de consumir servicios para el cuidado personal, como cortes de cabello y demás arreglos personales, tampoco se recurre a muchas opciones. Por ejemplo, en algunos casos se va Azcapotzalco, en otros se tienen familiares que se dedican a eso, en otros se recurre a alguna peluquería que quede de paso entre la unidad y algún lugar al que se tenga que trasladar la persona. La temporalidad también varía mucho, pero generalmente es cada medio año o cuando se va a asistir a algún evento social.

Bueno es que lo que pasa, que la novia de mi hermano es estilista, entonces ella nos corta el cabello, pero no es gratis, no... porque estamos conscientes que es su trabajo y lo que es mi hermano el más grande y mi papa, les gusta mucho irse al vapor y a cortarse el cabello en otros lados, hacerse manicure y pedicure y todo eso, entonces ellos lo pagan en efectivo (Edith, 21 años)

También soy estilista (...) si, ¿tú crees? Aparte del puesto (...) si he trabajado en estética, pero este (...) no ya tiene años, de mi último hijo ya no he trabajado eh (...) el ultimo que tiene seis, ya no he trabajado en estética, pero sí trabajé cuando tenía al grande y al mediano, te digo pues ahora ya trabajo en mi casa y no me falta el trabajo, nunca falta trabajo. (Ana, 41 años, estilista y ama de casa)

Pues a la estética de aquí, de la unidad (...) Cada tres o cuatro meses. (Ana, 41 años, estilista y ama de casa)

No, yo no, a ella si. Cada 15 días, pero yo sí, ¡huy! (...) me corto el cabello como dos veces al año. (Sandra, 39 años, comerciante y ama de casa)

En conjunto, las prácticas de consumo de los habitantes de la UHSPX se ven fuertemente influenciadas tanto por su ubicación, ya que el tiempo o dinero que se invierte en el transporte repercute en los tiempos y costos de desplazamiento y la ocupación y empleo. Debido a las condiciones económicas a las que se enfrentan, es difícil para ellos contar con el tiempo y los recursos económicos para desarrollar actividades deportivas, recreativas o bien como algunos entrevistados comentaban, luego de trabajar siete días seguidos, a veces doble turno, la gente sólo tiene ganas de dormir y en todo caso opta por opciones cercanas. Por ejemplo, en pocos casos encontré que los informantes asistieran al centro de la ciudad de compras o a desarrollar cualquier otra actividad, argumentándose, que el Zócalo de la Ciudad de México queda a más de cuarenta minutos en cualquier medio de transporte, desde la UHSPX y eso implicaba perder mucho tiempo, por lo que sólo iban en ocasiones en las que no hubiera otra opción.

Conclusiones

Podemos decir que la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa, tiene una población bastante heterogénea, que se mantiene en constante renovación y que incluso la composición de las familias ha ido cambiando, debido en parte a la llegada de estudiantes que habitan la unidad temporalmente, lo que implica una gran diversidad de necesidades y que, debido a la falta de equipamiento comercial, los habitantes han tenido que ingeniársela para el abastecimiento de todo tipo de productos.

Ahora bien, al plantearse esta investigación se tuvieron como puntos de partida cuatro aspectos, el primero implicaba saber qué se consumía entre los habitantes de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa. Tras explorar esta pregunta, se obtuvo que los productos que se consumen principalmente son los de abarrotes y productos para el hogar, seguidos por la ropa y el calzado, el consumo de actividades culturales o deportivas queda de lado, debido a la ubicación de la unidad y la escasa disponibilidad de tiempo que tienen sus habitantes para desplazarse, finalmente se encuentran el consumo de servicios de salud y estéticos, estos quedan al final de las prioridades de consumo. El primer, debido a la escasa cultura de prevención en materia de salud, que se presenta no sólo en este caso, sino en gran parte de la sociedad mexicana, mientras que el segundo, se ve más vinculado a las ocupaciones e ingresos de los habitantes de la unidad.

Como ya se ha mencionado, la ubicación y falta de equipamiento comercial alrededor de la Unidad Habitacional San Pablo Xalpa, es determinante para la forma en la que sus habitantes llevan a cabo sus prácticas de consumo, pero esto también ha inducido la aparición de una oferta comercial que permita el abastecimiento de diversos productos básicos.

En este sentido, la oferta comercial al interior de la UHSPX está en gran medida relacionada con la venta de alimentos preparados, lo que no necesariamente responde a las necesidades de sus habitantes sino que en gran medida está destinada a los empleados y obreros de las diversas fábricas y bodegas que existen alrededor de la unidad. La mayoría de estos comercios

dedicados a la venta de comida se encuentran regulados por una organización de comerciantes, que se encarga de la gestión de los espacios en los que se ubicarán.

En cambio, los comercios destinados a la venta de abarrotes, si están orientados al consumo de los habitantes de la unidad; pero, como se pudo corroborar, estos comercios, no representan la fuente primaria de abastecimiento de abarrotes, por lo tanto tienen la función de complementar el abastecimiento de aquellos productos de corta duración o de consumo diario; por ejemplo, productos que complementen los alimentos del día, o algunos productos de uso personal. Lo mismo ocurre con los comercios de otro giro, como farmacias, tlalpaleras, papelerías, etc.

Por su parte, las grandes cadenas y los tianguis son los lugares que los habitantes de la unidad prefieren para abastecerse. Debido a su ubicación, recurren al "Aurrerá Express", que se ubica sobre Av. Deportivo Reynosa o a la "Comercial mexicana", de Azcapotzalco, la cual queda a 20 minutos de la unidad y, en algunos casos, recurren al "Walt-Mart" de Ferrería, o bien al rastro también de Ferrería, con una periodicidad no mayor a los 15 días y preferentemente pagan en efectivo. Se trata de una práctica que está muy determinada por el tiempo y dinero que destinan a ello, lo que depende de su ocupación y estilo de vida.

Por último, la ubicación de la unidad también repercute en otras prácticas de consumo, como la realización de actividades de esparcimiento, deportivas y culturales, ya que al no tener un equipamiento lo suficientemente planeado para dicha población, los habitantes deben buscar lugares alternativos para realizar dichas actividades.

Bibliografía

Azuela, A., y Cruz, M.S. (1989) *La institucionalización de las colonias populares y la política urbana en la ciudad de México (1940-1946)*. Revista Sociológica, 1989 ENE-ABR: (9). Pp. 111-133.

Douglas, M., Isherwood, B. (1990) *Hacia una antropología del consumo*. México. Editorial Grijalbo.

Duahu, E., y Giglia, A. (En prensa) *Prácticas de consumo y estratificación socio-espacial en la ciudad de México*. México.

Duhau, E., y Giglia, A. (2008) *Las reglas del desorden: habitar la metrópoli*. México. Ed. UAM- Azcapotzalco: Siglo XXI. Pp. 154-231.

Esquivel, M. T., y Flores, R. (1997) *Elementos demográficos para el estudio de la población*. México. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Sociología.

Flores, R., y Ponce, G., (2006) *Entre el estado y el mercado. La vivienda en el México de hoy*. En Coulomb, R., y Schteingart, M. (Coord.) *Vivienda y dinámica demográfica*. México. Ed. UAM- Azcapotzalco. Pp. 15-30.

García, C. N. (1995) *Consumidores y Ciudadanos*. México. Editorial Grijalbo. Pp.157-188.

INEGI. Censo General de Población y vivienda, 2000.

INEGI. Censo de Población y vivienda, 2005.

Ortega, M. G. (2008) *El consumo en las estrategias de reproducción en hogares pobres de Mexicali, BC*. México. Editorial Universidad Autónoma de Baja California Sur.

Schteingart, M. (1989) *Formas de producción de la vivienda y políticas habitacionales del estado*. En Productores del espacio habitable. Estado, Empresa y Sociedad en la Ciudad de México. México. El colegio de México. Pp.117-163.

Unikel, L. (1971) *La dinámica del crecimiento urbano de la Ciudad de México*. En Comercio exterior, vol. XXI, No.6, México.

Villavicencio, J., Duran, A., Esquivel, M.T. (2006) *Conjuntos y unidades habitacionales en la Ciudad de México. En busca de espacio sociales y de integración barrial*. México. Ed. RNIU. Pp. 36-44, 101-123.